

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dan pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Information attainment* berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen di Infinite Galaxy Mall Surabaya, maka H1 diterima.
2. Variabel *Price Comparison* berpengaruh negatif terhadap] loyalitas konsumen di Infinite Galaxy Mall Surabaya, maka Ho diterima H1 ditolak Ho diterima.
3. Variabel *Uniqueness Seeking* berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen di Infinite Galaxy Mall Surabaya, maka H1 diterima.
4. Variabel *Assortment Seeking* tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen di Infinite Galaxy Mall Surabaya, maka H1 diterima.
5. Variabel *Covenience Seeking* tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen di Infinite Galaxy Mall Surabaya, maka Ho diterima H1 ditolak.
6. Variabel *Social Interaction* berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen di Infinite Galaxy Mall Surabaya, maka H1 diterima.
7. Variabel *Brosing* berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen di Infinite Galaxy Mall Surabaya, maka H1 diterima.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran sebagai pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan agar perusahaan senantiasa menjaga kestabilan harga, dan tetap memiliki harga yang standar dibandingkan dengan kompetitor yang lain. Hal ini dapat dilakukan dengan terus menjaga dari loyalitas konsumen Infinite Galaxy Mall Surabaya.
2. Diharapkan agar perusahaan dapat meningkatkan *Information attainment*, *Uniqueness Seeking*, *Social Interaction*, dan *Browsing* karena memberikan dampak positif terhadap peningkatan loyalitas konsumen Infinite Galaxy Mall Surabaya.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat meneliti dengan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti ini agar dapat memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Banna, Gezah, M., 2012, Analisis Pengaruh Motivasi Pelanggan, Harga, Dan Kelompok Acuan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Mulawarman Futsal, Banyumanik, Semarang. Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Childers, TL Carr CL et al. 2002, Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behaviour, *Journal of Retailing* 77, 511–535.
- Childers, T. L., Carr, C. L., & Carson, S, 2001, Hedonic and Utilitarian Motivations for Retail Shopping Behavior, *Journal of Retailin* 77
- Christina Widhya Utami. 2010, Manajemen Ritel. Jakarta: Salemba Empat.
- Chung, S., H., Rosa, C., Scully, E., D., Peiffer, M., Tooker, J., F., Hoover, K., Luthe, D., S., & Gary W. Felton. 2013, Herbivore exploits orally secreted bacteria to suppress plant defenses. *PNAS*| vol. 110|no. 3.
- Febri, Tri Bramasta Putra. 2012, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Bengkel Mobil RapiGlass Autocare Semarang). *Universitas Diponegoro. Semarang*.
- Ferdinand, Augusty. 2002, Structural Equation Modelling dalam Penelitian. Manajemen. Semarang:FE UNDIP.
- Ghozali, Imam, 2009, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi. Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2006, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. SPSS”.Semarang : Badan Penerbit Undip.
- Guerzoni, M., & Soellner, R, 2009, Uniqueness seeking and demand estimation in the German automobile industry. *Jena Economic Research Papers*.
- Krishen, A., S., Bui, M., & Peter, P., C. 2009, Retail kiosks: how regret and variety influence consumption. *International Journal of Retail & Distribution Management* Vol. 38 No. 3, pp. 173-189.

- Kuncoro, Mudrajad. 2003, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro. M. 2001, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : UPP AMP YKPM.
- Leha, Jeslyn M. & Subagio, Hartono. 2014, Pengaruh Atribut Café Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utulitarian dan Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di The Square Apartement Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2, No. 1, 1-2.
- Levy, Michael & Barton A. Weitz, 2007, *Ritel Manajemen* 6 edisi, McGraw Hill International.
- Lim et al., 2010, Online Search and Buying Behavior: Malaysian Experience”, *Canadian Social Science*, vol. 6, No.4.
- Lovelock, C., Wright, L., 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : PT. INDEKS Kelompok Gramedia.
- Mardikawati, W., dan Farida, N., 2013, Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan, melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 2 No. 1 Maret 2013. *Semarang:UNDIP*.
- May Al-Roomi, Shaikha Al-Ebrahim, Sabika Buqrais & Imtiaz Ahmad. 2013, Cloud Computing Pricing Models: A Survey. *International Journal of Grid and Distributed Computing* Vol.6, No.5, pp.93-106.
- Mikalef, P., Pateli, A., & Giannakos, M., N. 2013, Why Are Users of Social Media Inclined to Word-of-Mouth?. Norwegian University of Science and Technology (NTNU), Trondheim, Norway, IFIP AICT 399, pp. 112–123.
- Nisa, 2013, “Pengaruh Kepercayaan Merek, Switching Cost, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen”, *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, Hal 1-8.
- Noble, S., M., Griffith, D., A., & Adjei, M., T. 2006. Drivers of local merchant loyalty: Understanding the influence of gender and shopping motives. *Journal of Retailing*, 177–18.

- Omotayo, Oyeniyi, 2011, Sales Promotion and Consumer Loyalty: A Study of Nigerian Tecommunication Industry, Issue 4.
- Paramita, A., O., Arifin, Z., & Sunarti. 2014, Pengaruh Nilai Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Toko Online Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Perantara (Studi Pada Mahasiswa/i Program Strata-1 Angkatan 2011/2012 Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*| Vol. 8 No. 2.
- Prabowo, L., N., & Suwarsi, S. 2009, Pengaruh Shopping Orientations Dan Gender Differences Pada Onlineinformation Search Dan Online Purchase. *Fokus Manajerial Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*, Edisi : No. 2 / Vol.7.
- Putra, Alfa., S.B, 2012, Pengaruh etail Marketing Mix terhadap Loyalitas konsumen dengan kepuasan Konsumen sebagai Pemoderasi, *JRMB*, Vol. 7, Desember.
- Prawita, Eka, W., A. 2013, Pengaruh Motivasi Belanja Utilitarian Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Modern (Studi Pada Pelanggan Giant Supermarket Daerah Dinoyo Kota Malang). *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya*.
- Rachmawati, L. 2015, Pengaruh Pemasaran Hubungan (Relationship Marketing) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Customer Loyalty) Yang Dimoderasi Oleh Jenis Kelamin (Gender) (Studi pada konsumen Excelso Cafe di Kota Malang). *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Ramlugun, V., G, 2014, The Scope of Media Browsing and online Shopping For Mauritian E-Retailers: A Study Based on Utilitarian and Hedonic Values. Vol 3(2).
- Ristanti, V., Shihab, M., S., & Rekarti, E. 2011, Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* Vol.9 No.17.

- Sela, A., Berger, J., & Liu, W. 2008, Variety, Vice, and Virtue: How Assortment Size Influences Option Choice. *Journal of consumer research*, Inc. Vol. 35.
- Setiadi, Nugroho J, 2010, Perilaku Konsumen: Konsep Dan Impikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran, Prenada Media Group, Jakarta.
- Subagio, H. 2011, Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6, No. 1, 8-21.
- Sugiyono. 2010, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2014, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung : Alfabeta.
- Suryani, Tatik, 2008, Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. 2011, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- Utami. 2012, Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Brand Image Giggle Box Cafe & Resto Bandung (Studi Kasus Giggle Box Cafe & Resto Pusat Jalan Progo).
- Wijaya, Tony. 2011, Manajemen kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian, PT. Indeks, Jakarta.
- Ye, Lilly., dan Robertson, T.M., 2012, Gender Identity: Does it Matter for Consumers' Perceptions?, *Journal Of Business Diversity*, Vol. 12 (3).